



**NETZfeld**

Corona-Akut

Praxisbeispiel

So klappt der virtuelle Kreativ-Workshop  
zur Ideenfindung

NETZfeld Corona-Akut

## Praxisbeispiel: So klappt der virtuelle Kreativ-Workshop zur Ideenfindung

“Crazy Eights” schafft bessere Ideen als klassisches Brainstorming. Und lässt sich auch als Videokonferenz durchführen

Von Joachim Dreykluft



Der Autor Joachim Dreykluft, hier mit einem Bild aus einer Zeit, als Workshops noch physisch und mit Haftnotizen durchgeführt wurden. (Foto: Marc Schulz)

In Corona-Zeiten sind kreative Ideen besonders gefragt. Produkte und Geschäftsmodelle müssen weiterentwickelt werden - oder teilweise auch ganz neu erschaffen. Joachim Dreykluft vom Hamburger Innovationslabor HHLab\* beschreibt, wie das auch ohne physische Workshops geht. Hier ist sein Erfahrungsbericht mit Anleitung.

## Der Fall

Der Kunde hat ein grundsätzlich funktionierendes Geschäftsmodell aus einer tourismusnahen Branche. Das Management bittet das HHLab um Unterstützung, vor allem um die Vertriebsmodelle weiterzuentwickeln.

Im Vorgespräch mit der Geschäftsführung wird deutlich, dass es weniger darum geht, die akuten Probleme des Unternehmens zu lösen, also die Corona-bedingten Auftragseinbrüche. Stattdessen möchte die Geschäftsführung die Gelegenheit nutzen, bereits jetzt die Vertriebswege für die Zeit nach Corona zu modernisieren. Diese sind noch sehr traditionell, also analog und auf eine konservative Zielgruppe ausgerichtet, sowohl in einem B2B- als auch in einem B2C-Markt.

## Der konkrete Auftrag

Im Vorgespräch loten wir bereits erste Ideen aus, die vor allem auf dem Prinzip "First Guess" beruhen: Wir halten fest, was uns als Erstes und unmittelbar einfällt. Das ist ein Spektrum - vom Schalten digitaler Anzeigen über Content Marketing bis hin zur Einführung eines eigenen Content-getriebenen Vertriebsportals.

Die Geschäftsführung will jedoch tiefer in die Ideenfindung einsteigen mit der Erwartung, dass dabei Ideen herauskommen, die deutlich über "First Guess" hinausgehen. Dazu soll, möglichst kurzfristig, ein virtueller Workshop stattfinden mit der ersten und zweiten Führungsebene, also Geschäftsführung und Teamleitern. Es handelt sich insgesamt um sechs Personen.

## Die Wahl der Methode: Crazy Eights

Das HHLab\* hat bereits viele Erfahrungen mit Kreativworkshops sammeln können, bei denen sich die TeilnehmerInnen physisch treffen. Dabei kommen die TeilnehmerInnen in einem Raum zusammen. Als Arbeitsmaterialien stehen Whiteboards, Metaplanwände, Stifte, Zettel, Haftnotizen usw. zur Verfügung. Die (Zwischen-)Ergebnisse werden meist grafisch auf großen Flächen miteinander erarbeitet und dargestellt. All das wird in einem virtuellen Workshop nicht möglich sein.

Als Kreativitätsmethoden für den virtuellen Workshop ungeeignet sind alle diejenigen, die große physische Flächen, Interaktion der TeilnehmerInnen im Raum oder auch das Zeichnen erfordern. Letzteres, weil virtuell schwerer umsetzbar, aber auch, weil mit etwaigen Hemmnissen oder Schüchternheiten in einem virtuellen Meeting schlechter umzugehen ist, vor allem wenn es sich um Anfänger mit der jeweiligen Methode handelt.

Die Wahl fiel schließlich auf "Crazy Eights". Bei dieser Methode kann auch in einem physischen Workshop mit relativ kleinen Arbeitsblättern gearbeitet werden, meist DIN A4.

Bei Crazy Eights bekommen die TeilnehmerInnen ein Blatt, das in acht Felder unterteilt ist. Jeder/jede TeilnehmerInnen hat acht Minuten Zeit, in jedes Feld eine Idee einzutragen und kurz zu schildern. Dadurch entsteht zunächst eine Quantität an Ideen, mit denen dann weiter gearbeitet werden kann.

Mehr Details zu Crazy Eights finden Sie [hier](#).

## Die Auswahl der Tools: Google Meet und Google Präsentationen

Der virtuelle Workshop ist für alle TeilnehmerInnen eine ungewohnte Situation. Umso wichtiger ist es, dass die Tools möglichst vertraut erscheinen und nicht weitere Hürden aufbauen.

Videokonferenz-Tools sind inzwischen in vielen Unternehmen verbreitet und gewohnt. Die Wahl des HHLab fiel auf Google Meet, das Teil der kostenpflichtigen GSuite von Google ist. Grundsätzlich funktioniert aber auch jedes anderes Tool wie Skype, Jitsi etc. Nicht zwingend erforderlich, aber hilfreich ist es, wenn das Tool erlaubt, den eigenen Bildschirm einblenden zu können, so dass die anderen TeilnehmerInnen diesen sehen können. Natürlich muss das Tool die Zahl der Personen zulassen, die an dem Workshop teilnehmen sollen.

Die Wahl fiel außerdem auf Google Präsentationen, da dies ein Tool ist, das ähnlich wie Microsoft Powerpoint funktioniert. Die Grundlagen der Bedienung sind also sehr vielen vertraut. Google Präsentationen bietet die Möglichkeit der gemeinsamen Arbeit an einem Foliensatz in Echtzeit durch eine Vielzahl von TeilnehmerInnen. Google Präsentationen ist ebenfalls Teil der kostenpflichtigen GSuite, aber auch kostenlos nutzbar für jeden, der einen Google-Account hat, unter [drive.google.com](https://drive.google.com).



## Die Durchführung des Workshops

Der Workshop ist im Vorfeld auf drei Stunden angesetzt worden. Das hat auch in der Praxis gut funktioniert.

Als Grundlage diente eine Präsentation, die [hier](#) eingesehen werden kann. Mit Hilfe dieser Präsentation wurde durch den Workshop geführt, sie diente aber auch als Arbeitsmaterial.

## Diese Schritte sollten beim Ablauf beachtet werden

1. Vorstellung: Alle TeilnehmerInnen stellen sich kurz mit Namen und Funktion im Unternehmen vor, außerdem schildern sie kurz, ob und welche Erfahrungen sie mit Kreativitätstechniken haben.
2. Vorstellung der Grundprinzipien des agilen Arbeitens, insbesondere der ["Build Measure Learn Loop"](#). Dabei wird deutlich, dass "Idea" eine wesentliche Grundlage für "Build" ist, also das Bauen von Prototypen. Diese werden dann gemessen, aus den Messdaten werden wiederum Schlussfolgerungen gezogen, die dann wieder Basis der Ideenfindung für die nächste Schleife sind.  
Wenn Sie keine Erfahrungen mit agilen Methoden haben, sollten Sie sich einen entsprechenden Coach nehmen oder ausführlich einlesen. Im HHLab haben wir dazu das Digital Innovation Playbook von ["Dark Horse Innovation"](#) schätzen gelernt.
3. Für die nun folgende Ideenfindung ist aber lediglich wichtig, dass alle TeilnehmerInnen verstehen, dass es im nächsten Schritt wirklich darum geht, möglichst viele Ideen zu produzieren, nicht möglichst perfekte. Bei sechs TeilnehmerInnen mit jeweils acht Ideen werden es im ersten Schritt immerhin 48 Ideen sein. Das grundsätzliche Verstehen des Build Measure Learn Loop ist vor allem wichtig, damit kein Leistungsdruck aufkommt: Wir gehen heute zum ersten Mal in die Ideenfindung, aber bestimmt nicht zum letzten Mal. Die Folie dazu:



## “Crazy Eight”, erster Schritt

- Es geht nicht um Qualität. Es geht um Quantität!
- In jedem Feld EINE Idee KURZ schildern
- Notiert auch Ideen, die ihr selbst schlecht findet. Es geht um QUANTITÄT. Wirklich.
- “Geht nicht”, “zu teuer”, “zu schwierig”, “dürfen wir nicht”, “können wir nicht”, “haben wir noch nie so gemacht”, “das wäre ja Science-Fiction”: gibt’s alles nicht.
- Dafür haben wir acht Minuten Zeit.

4. Für den nächsten Schritt wird in der Präsentation für alle Teilnehmer je eine namentlich gekennzeichnete Folie vorbereitet mit acht umrahmten Textfeldern. Jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin bekommt nun acht Minuten Zeit, in jedem Feld kurz eine Idee zu schildern. Ich benutze zur Zeitmessung gerne die iOS-App [“Team Timer”](#).

Die Folie für den/die TeilnehmerInnen könnte dann so aussehen. Wichtig: Es muss nicht schön sein, sondern intuitiv funktionieren.

### Crazy Eight | Hans-Peter




5. Jeder sollte nun acht (manchmal sind es auch nur fünf oder sechs, das macht nichts) Ideen in den Feldern seiner eigenen Folie notiert haben.

(An dieser Stelle folgte eine Pause von 15 Minuten)

Es folgt der nächste Schritt. Jeder dampft seine acht Ideen auf die drei "besten" (nach eigenem Geschmack) ein, stellt diese den anderen TeilnehmerInnen vor (damit sie von jedem verstanden werden, sind Rückfragen ausdrücklich erlaubt) und lässt sie dann von einer anderen Person aus dem Workshop weiterentwickeln. Als Folie sieht das etwa so aus:

### **"Crazy Eight", zweiter Schritt**

- Jeder kopiert seine Folie
- Jeder sucht sich seine drei "besten" Ideen heraus
- Jeder stellt seine drei besten Ideen vor - in drei Minuten
- Jeder löscht den Text der anderen fünf Ideen (NICHT das Feld)
- Jeder übergibt seine drei besten Ideen an jemand anderen
- Jeder entwickelt die drei Ideen von jemand anderem weiter - in zwölf Minuten

6. Damit das Weiterentwickeln der Folien einer anderen Person klappt, habe ich einige Hinweise gegeben, die von der Methode [SCAMPER](#) inspiriert sind, ohne sie im Detail durchzuführen.

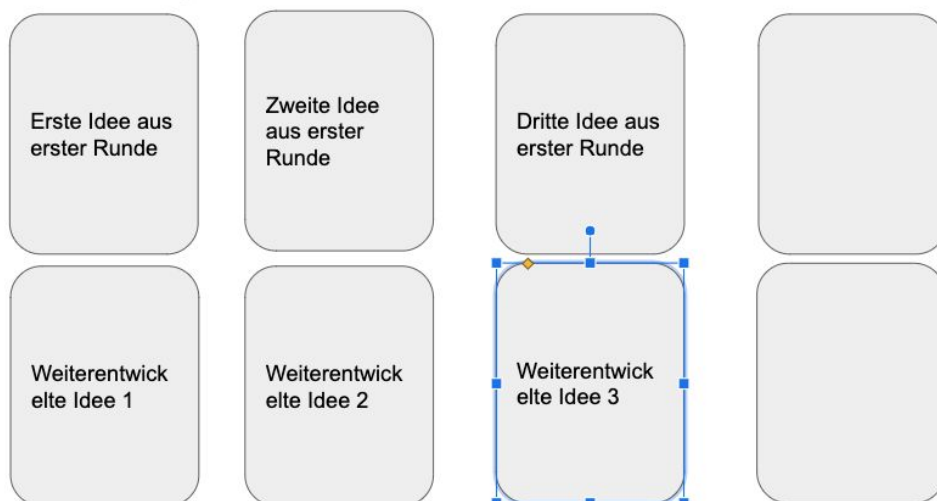


## Dazu ein paar Anregungen:

- Ersetze: Komponenten, Materialien, Personen
- Kombiniere, tausche: Etwa Komponenten verschiedener Ideen
- "Put to another use": Verändere den Zweck der Idee
- Skaliere: Vergrößere! Verkleinere!
- "Reduce to the max": Nimm Elemente aus der Idee heraus

7. Anschließend folgte eine zweite Arbeitsphase für jeden, die zwölf Minuten dauert. Ziel sollte weiter sein, durchaus "crazy" zu denken. Im Gegensatz zur ersten Phase wurde aber der Zeitdruck etwas herausgenommen, da es jetzt nicht mehr nur um reine Quantität ging, sondern die TeilnehmerInnen das Gefühl haben, etwas auch ein wenig durchdenken zu können (ohne so viel Zeit zu geben, dass die Dinge "verkopft" werden). Die entsprechenden Folien dazu sahen dann etwa so aus:

## Crazy Eight | Hans-Peter und Susanne







8. Anschließend folgte der dritte Schritt von Crazy Eights. Dafür stellte jeder zunächst in fünf Minuten seine drei weiterentwickelten Ideen vor - und es gab kurz die Gelegenheit nachzufragen, damit jeder jede Idee versteht. Im realen Workshop würden nun Klebepunkte auf die Arbeitsblätter geklebt, die etwa an einer Metaplanwand oder einem Whiteboard hängen, um die Ideen zu bewerten. So entsteht ein Ranking durch die Workshop-Gruppe. Die virtuelle Variante sind kleine farbige Kreise, die auf einer Folie vorbereitet sind und die jeder sich von dort kopieren (rechte Maustaste -> Kopieren) kann.

### **“Crazy Eight”, dritter Schritt**

- Jeder stellt seine drei weiterentwickelten Ideen vor - in fünf Minuten
- Jeder kopiert sich einen “Klebepunkt”
- Jeder vergibt fünf “Klebepunkte” an die Ideen, einzeln oder geclustert.



Das klappte erstaunlich gut und wurde intuitiv verstanden. Jeder klebte nun seine fünf Punkte an eine der insgesamt 36 Ideen (rechte Maustaste -> Kopieren; oder Strg +V) - oder auch an eine der im Vorgespräch erarbeiteten “First Guess”-Ideen, die ebenfalls auf einer Folie dargestellt sind.



Die Punkte können dabei geclustert werden, also alle fünf an eine Idee, drei an eine, zwei an eine andere, oder auch alle fünf auf fünf verschiedene verteilt. Das sah dann etwa im Beispiel bei einer Folie so aus:



9. Damit war die eigentliche Ideenfindung beendet. Dem Management stehen nun, neben den First-Guess-Ideen, weitere 36 Ideen zur Verfügung, die von der Gruppe in einem ersten Schritt auch schon bewertet wurden. Daraus könnte folgen:

### Mögliche und sinnvolle Schritte

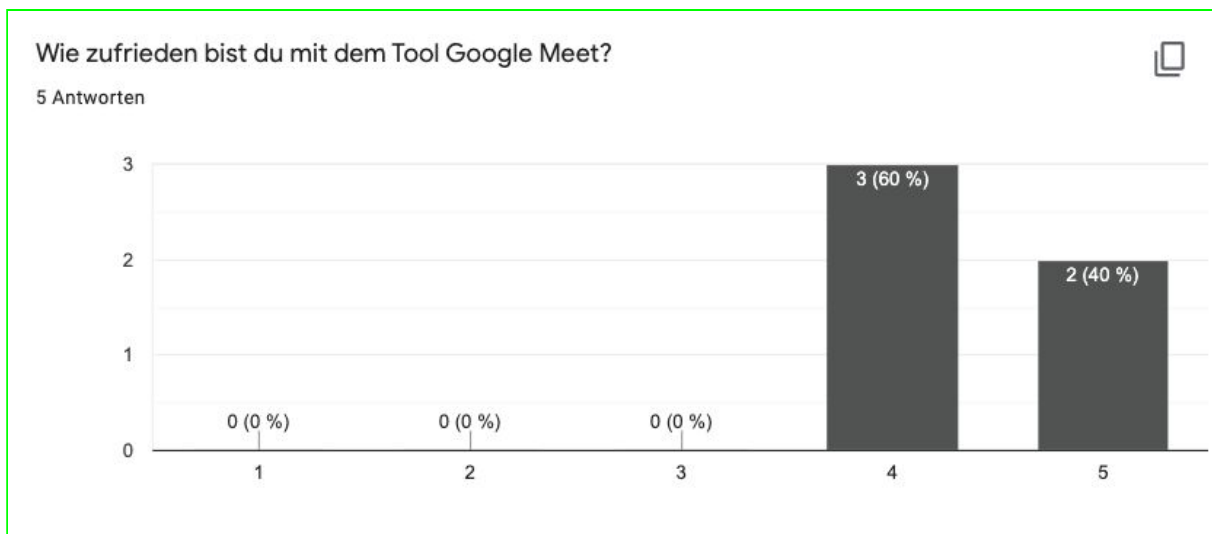
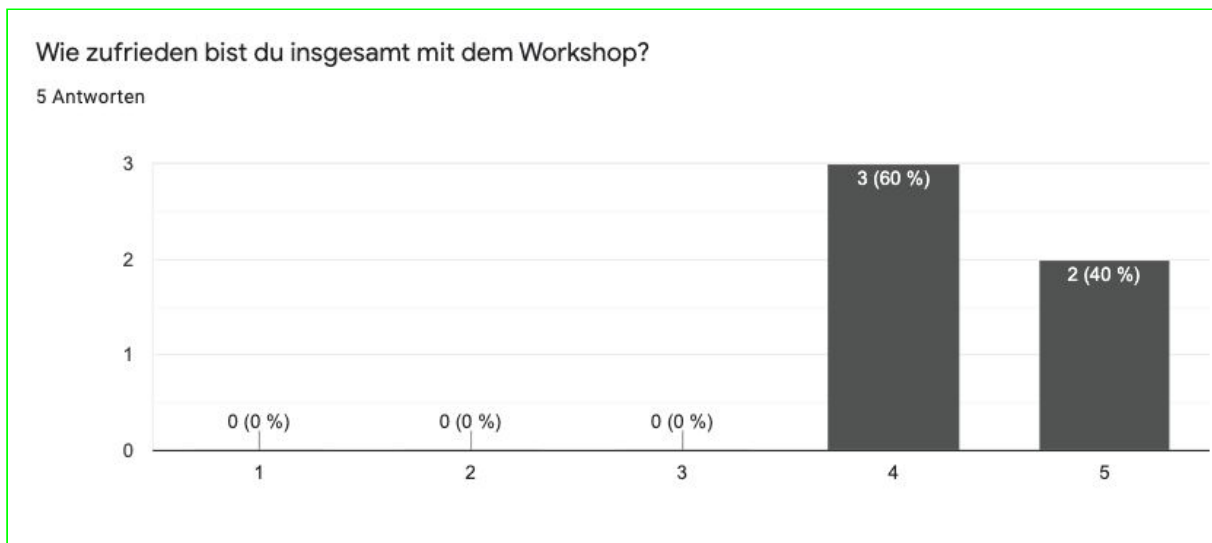
- Noch einmal weiter reduzieren? Im kleineren Kreis?
- Ideen auf Thesen abklopfen
- Brauchen wir für die Thesen weitere Infos? Woher?
- Wie lässt sich die These in einen Prototyp übersetzen?
- Welche KPIs?
- Learn!

Das wäre nun eine Arbeit, die vom Management gemeinsam mit einem erfahrenen Coach erfolgen könnte.

## Auswertung des Workshops

Nach dem Workshop habe ich in einer Videokonferenz die TeilnehmerInnen nach einem Stimmungsbild gefragt, sowie anschließend auch noch einmal schriftlich mit einer Online-Umfrage (mit dem Tool Google Forms: [forms.google.com](https://forms.google.com))

Auf einer Skala von 1 ("eher nicht") bis 5 ("sehr"):

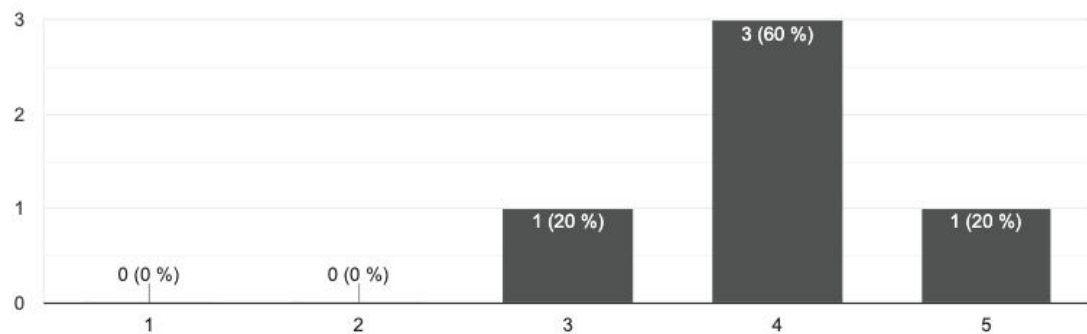




### Wie zufrieden bist du mit der Methode "Crazy Eight"?



5 Antworten



### Etwas Positives, das du noch erwähnen wolltest?

4 Antworten

Ich war positiv überrascht, dass Workshops auch per Video Meet so gut gelingen. Besonders arbeitet man produktiver.

gute Struktur, sehr produktiv

Super Organisation

Effizienz war deutlich höher als in "persönlichen" Workshops, für ersten Testlauf bin ich hoch zufrieden. Eingesetzte Methodik war leicht umsetzbar

### Etwas Negatives, das du noch erwähnen wolltest?

3 Antworten

Keine Diskussionen

Zum kreativen Arbeiten mehr Zeit nötig.

Diskussionen werden ggf. durch Tool gehemmt.

## Mein Fazit

Ich persönlich war als Moderator positiv überrascht, dass es recht einfach gelingt, eine Methode, die ich aus physischen Workshops kenne, so gut in einen virtuellen Workshop zu transferieren, dass sie auch mit TeilnehmerInnen funktioniert, die wenig Erfahrung mit Kreativmethoden haben. Mit den Ergebnissen bin ich sehr zufrieden.

Aufgefallen ist mir aber auch, dass die Diskussionen der TeilnehmerInnen untereinander sehr zielgerichtet und selten off topic waren. Generell ist meine Erfahrung mit Videokonferenzen, dass diese oft themenzentrierter und allgemein gesprochen "disziplinierter" ablaufen. Für einen Kreativitätsworkshop ist das grundsätzlich ein Nachteil, der auch von zwei TeilnehmerInnen genannt wurde. Denn oft ergeben sich brauchbare Ansätze aus informellen Gesprächen von zwei oder drei TeilnehmerInnen. In einer Videokonferenz spricht aber jeder immer vor der gesamten Gruppe.

## \*Hintergrund: das HHLab

Das HHLab ist die zentrale Forschungs- und Entwicklungseinrichtung der Unternehmensgruppe NOZ MEDIEN/mh:n MEDIEN. Dazu gehören Zeitungen wie die "Neue Osnabrücker Zeitung", das "Flensburger Tageblatt" oder die "Schweriner Volkszeitung" und Nachrichtenportale wie noz.de, shz.de und svz.de.

Die Aufgabe des HHLab ist, für die Mediengruppe neue digitale Produkte und Geschäftsmodelle zu entwickeln oder Bestehendes weiterzuentwickeln. Das HHLab arbeitet dafür mit agilen Methoden, wie Design Thinking oder Lean Startup. Dazu gehören auch eine Reihe von Kreativitätsmethoden zur Ideenfindung, die deutlich über das sonst übliche Brainstorming hinausgehen.

Das HHLab bietet sein Know-how auch internen und externen Kunden an. Mehr unter [www.hhlab.de](http://www.hhlab.de)



## Die Links

Crazy Eights

[www.iamnotmypixels.com/how-to-use-crazy-8s-to-generate-design-ideas/](http://www.iamnotmypixels.com/how-to-use-crazy-8s-to-generate-design-ideas/)

Die Grundlagen-Präsentation

[docs.google.com/presentation/d/1Y0QFLnzG4PU5AiNDyw\\_Yy-E7Z0LRCeU\\_kA\\_Z8t-xtNQ/edit#slide=id.g72a2c27500\\_0\\_221](https://docs.google.com/presentation/d/1Y0QFLnzG4PU5AiNDyw_Yy-E7Z0LRCeU_kA_Z8t-xtNQ/edit#slide=id.g72a2c27500_0_221)

Build Measure Learn Loop

[en.wikipedia.org/wiki/Lean\\_startup#Build-Measure-Learn](https://en.wikipedia.org/wiki/Lean_startup#Build-Measure-Learn)

Digital Innovation Playbook von "Dark Horse Innovation

[www.digital-innovation-playbook.de/](http://www.digital-innovation-playbook.de/)

iOS-App Team Timer

[apps.apple.com/de/app/team-timer-simple-timeboxing/id999941918](https://apps.apple.com/de/app/team-timer-simple-timeboxing/id999941918)

SCAMPER

[de.wikipedia.org/wiki/SCAMPER](https://de.wikipedia.org/wiki/SCAMPER)

Google Forms

[forms.google.com](https://forms.google.com)

HHLab

[www.hhlab.de](http://www.hhlab.de)



**NETZfeld**  
Corona-Akut

### **Impressum**

NETZfeld Corona-Akut ist ein HHLab-Projekt  
HHLab ist eine Gemeinschaftseinrichtung von NOZ MEDIEN und mh:n MEDIEN  
NOZ Digital GmbH  
Breiter Gang 10-16  
49074 Osnabrück  
Amtsgericht Osnabrück, HRB 212351  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 259603005  
Geschäftsführer: Nicolas L. Fromm (Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV)

Telefon: 0800 – 2050 7100\*

Fax: 0800 – 2050 7101\*

Mail: [kontakt@hhlab.de](mailto:kontakt@hhlab.de)

Hinweis zur Streitbeilegung

Die EU-Kommission stellt auf der Internetseite <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> die Möglichkeit zur Verfügung, ein Beschwerdeverfahren zur Online-Streitbeilegung für Verbraucher (OS) durchzuführen. Wir sind nicht bereit und nicht verpflichtet, an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.



**NETZfeld**  
Corona-Akut